

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA BENGKEL AHASS 1215 GALUH MOTOR
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE*
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

Oleh:

MUARRIF FAUZAN RAIS

D 600 170 051

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSERUJUAN

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA BENGKEL AHASS 1215 GALUH MOTOR
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE*
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MUARRIF FAUZAN RAIS

D 600 170 051

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Mila Faila Sufa, S.T., M.T

NIK. 972

HALAMAN PENGESAHAN


**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA BENGKEL AHASS 1215 GALUH MOTOR
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE*
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

**OLEH
MUARRIF FAUZAN RAIS
D600170051**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat, 22 Oktober 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

**1. Mila Faila Sufa, S.T., M.T
(Ketua Dewan Penguji)**

(.....)

**2. Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D
(Anggota I Dewan Penguji)**

(.....)

**3. Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)


**Dekan,
Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D
NIK/NIDN. 0603027401**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Oktober 2021

Penulis



MUARRIF FAUZAN RAIS
D600170051

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL AHASS 1215 GALUH MOTOR MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan pada Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor. Tujuan daripada penelitian ini adalah mengidentifikasi kualitas pelayanan yang telah diberikan terhadap kepuasan atau harapan dari para konsumen dan menganalisa faktor – faktor yang menjadi penentu atau dianggap darurat untuk segera dilakukan perbaikan. Metode yang digunakan adalah untuk menghitung kualitas pelayanan yaitu *service quality* dengan berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Metode berikutnya adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berfungsi untuk menentukan letak atau tingkat kepentingan berdasarkan empat kuadran *cartesius*. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *service quality* didapatkan hasil *tangible* dengan nilai gap -1,09, dimensi *reliability* dengan nilai gap -0,59, dimensi *responsiveness* dengan nilai gap -0,44, dimensi *assurance* dengan nilai gap -0,41, dan dimensi *empathy* dengan nilai gap 0,23. Berdasarkan hasil tersebut secara keseluruhan pelayanan bengkel belum memuaskan dan hanya satu dimensi yang bernilai positif yaitu *empathy*. Selanjutnya berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat empat atribut yang terletak pada kuadran I. Usulan perbaikan diberikan berdasarkan atribut yang terletak pada kuadran I.

Kata Kunci: *Servie Quality*, IPA, Diagram Kartesius, Kepuasan

Abstract

This study was conducted to analyze the quality of service based on customer satisfaction at the Ahass 1215 Galuh Motor Workshop. The purpose of this study is to identify the quality of service that has been provided to the satisfaction or expectations of consumers and analyze the factors that determine or are considered an emergency for immediate improvement. The method used is to calculate service quality, namely service quality based on 5 dimensions of service quality, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The next method is Importance Performance Analysis (IPA) which serves to determine the location or level of importance based on the four Cartesian quadrants. Based on calculations using the service quality method, the tangible results with a gap value of -1.09, the reliability dimension with a gap value of -0.59, the responsiveness dimension with a gap value of -0.44, the assurance dimension with a gap value of -0.41, and empathy dimensions with a gap value of 0.23. Based on these results, the overall service of the workshop is not satisfactory and only one dimension has a positive value, namely empathy. Furthermore, based on the Importance Performance Analysis (IPA) method, there are four attributes that are located in quadrant I. Proposed improvements are given based on the attributes that are located in quadrant one.

Keywords: *Servie Quality*, IPA, *Cartesian Diagram*, *Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Industri 4.0 memberikan pengaruh yang sangat signifikan pada industri di Indonesia. Situasi pasar semakin kompetitif memaksa pihak penyedia jasa maupun produk harus memutar otak untuk mempertahankan bahkan meningkatkan level sehingga tidak tersedak dalam persaingan pasar. Tidak hanya itu, di era industri 4.0 mengubah pola pikir masyarakat menjadi lebih kritis dalam menentukan tempat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perusahaan yang memenangkan persaingan di pasar harus memiliki produk barang dan jasa yang berkualitas, serta pelayanan yang baik terhadap customer sehingga mampu memberikan kepercayaan yang disebabkan customer akan merasa puas pada saat mereka memperoleh pelayanan sesuai dengan harapan (Rambat Lupiyoadi 2001).

Dampak positif industri 4.0 adalah perkembangan teknologi yang semakin pesat pada sektor industri otomotif. Kepemilikan motor tidak hanya menjadi suatu alat transportasi melainkan bagian dari *lifestyle* manusia modern zaman sekarang. perusahaan

- perusahaan otomotif terus mengembangkan model dan tampilan hingga sampai sekarang ini, tentunya perkara ini ditempuh untuk mempertahankan *value* dari produk di pasaran, dengan demikian mampu meningkatkan daya beli *customer* di Indonesia. Semakin banyak kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan motor tentunya dapat menimbulkan permasalahan baru yaitu kerusakan yang terjadi karena pemilik tidak paham melakukan perawatan kendaraan serta intensitas yang tinggi dalam penggunaannya. Disinilah peran bengkel sangat dibutuhkan untuk merawat performa mesin agar tetap terjaga. Dalam hal ini dapat meningkatkan peluang jasa perbaikan *service* motor. Oleh karena itu, tidak heran sekarang ini banyak jasa *service* motor bermunculan dan bersaing untuk mendapatkan konsumen (Pujotomo, dkk, 2017). Bengkel resmi memiliki standart yang baik sesuai dengan merk motor, salah satu perusahaan yang bernaung pada jasa perbaikan motor adalah AHASS yang merupakan bengkel resmi dari motor merk honda. Perusahaan bertanggung jawab besar dalam menyediakan suku cadang serta menyediakan pelayanan dengan standart sesuai dengan prosedur untuk memenuhi segala keluhan mengenai kerusakan yang timbul (Armaniah, 2021). Pada dasarnya layanan selalu dikaitkan dua hal pokok, yaitu harapan *customer* dan persepsi *customer* ketika mendapatkan pelayanan, dengan demikian *customer* akan membandingkan dengan apa yang diinginkan.

Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor telah beroperasi selama kurang lebih 12 tahun, dalam memberikan pelayanan yang baik demi kepuasan pelanggan pihak ahass selalu memperbarui berbagai macam layanan perawatan dan metode untuk memberikan rasa puas terhadap *customer*, tidak hanya itu saja pihak Ahass 1215 Galuh Motor selalu memberikan layanan untuk pelanggan menyalurkan kritikan dan saran dengan cara menyediakan kotak saran serta *feedback* ke nomor telepon *customer* yang telah menggunakan jasa bengkel berupa beberapa pertanyaan seputar pelayanan yang telah diberikan. Namun ada banyak hal yang membatasi dalam mengetahui keinginan para pelanggan dengan menggunakan metode diatas diantaranya para *customer* seringkali tidak mengirimkan kembali pesan *feedback* yang diberikan oleh pihak bengkel serta para pelanggan minim sekali yang menuliskan keluhan kesahnya pada kotak saran selain itu, pihak bengkel belum memiliki tim atau divisi yang bertugas untuk menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan terkonsep seperti halnya yang telah dilakukan oleh bengkel lain.

Dalam rangka memberikan dan mengetahui pelayanan yang terbaik untuk customer, pihak Ahass 1215 Galuh Motor dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka, dengan demikian dapat diyakini bahwa kunci utama dalam menjuarai persaingan pada industri yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memenuhi segala harapan customer. Dengan demikian analisa kepuasan pelanggan menggunakan metode *service quality* dan IPA terhadap pelayanan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan pada latar belakang, maka rumusan yang dapat dijadikan pokok bahasan pada penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan yang diberikan bengkel berdasarkan 5 dimensi *service quality* ?
2. Faktor apa saja yang perlu ditingkatkan dalam pelayanan pada bengkel ?

Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi sejauh mana tingkat kualitas pelayanan yang diberikan bengkel terhadap customer berdasarkan 5 dimensi *service quality*.
2. Untuk mengidentifikasi faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan *service quality*

2. METODE

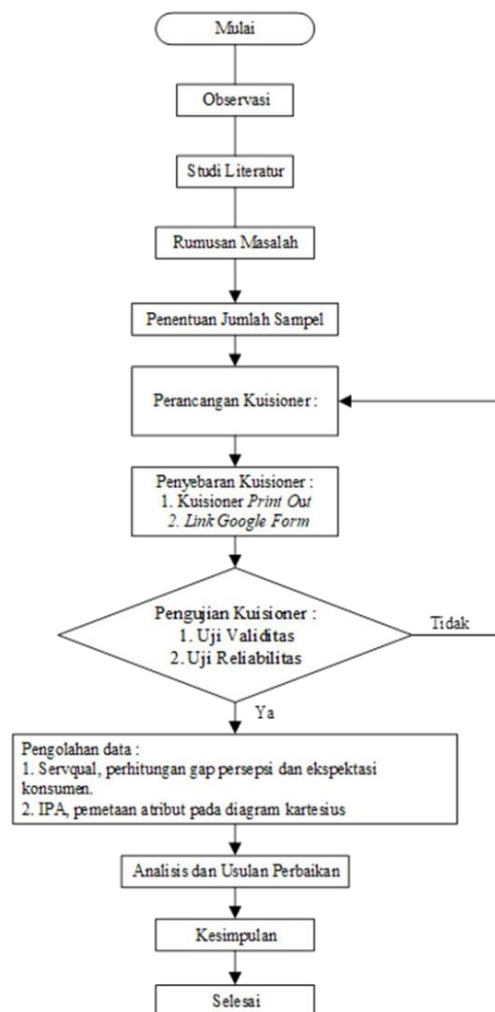
2.1 Objek Penelitian

Penelitian kualitas pelayanan jasa dilakukan di bengkel Ahass 1215 Galuh Motor yang berlokasi di Jl. Adi Sumarmo No 91, Nanasan, Malangjiwan, Kec. Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57177. Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan berbagai macam layanan untuk merawat dan memperbaiki semua permasalahan pada kendaraan motor.

2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor. Sampel penelitian adalah semua konsumen yang menggunakan jasa perbaikan bengkel. Menurut Cohen (2007) semakin besar sampel yang diambil maka akan semakin baik terhadap penelitian yang dilakukan, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 1. *Flowchart* Tahap Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengumpulan Data

3.1.1 Profil Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor

Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor berdiri pada tanggal 3 February 2014 di Jl. Adi Sumarmo No 91, Nanasan, Malangjiwan, Kec. Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57177. Ahass 1215 Galuh Motor memiliki tenaga kerja sebanyak 11 orang yaitu 7 orang bekerja sebagai tehniisi, 3 orang bagian admisitrasi dan satu orang staff sebagai penerima pelanggan. Terdapat dua macam waktu operasional pada bengkel yang pertamapada hari senin sampai sabtu buka pada pukul 08.00-16.00 dan untuk hari minggu buka pada pukul 08.30-15.00. Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan beberapa pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan diantaranya adalah pihak Ahass GaluhMotor memberikan bonus 1 kali *service* motor apabila *costumer* telah rutin melalukan *service* sebanyak 5 kali. Ahass Galuh Motor menyediakan layanan *booking service* dan juga dapat diantar jemput.

Bengkel Ahass 1215 Galuh Motor memiliki Visi yaitu menjadi grup bengkel terkemuka dan terpercaya dengan mengutamakan prinsip kejujuran, keramahtamahan dan pelayanan prima untuk memberikan nilai – nilai positif dan kepuasan bagi para *customer*. Misi dari bengkel Ahass 1215 Galuh Motor yakni memberikan solusi kepada masyarakat dengan layanan prima, jujur, terpercaya dan sepuh hati.

3.1.2 Kuesioner

Penelitian dilakukan menggunakan dua jenis kuesioner, yaitu kuesioner online menggunakan google form dan kuesioner yang dibagikan secara langsung dalam bentuk fisik. Kuesioner dibagikan pada rentang waktu 15 Agustus - Oktober 2021. Kuesioner dalam bentuk fisik diberikan langsung kepada konsumen yang telah menyelesaikan transaksi di bengkel. Kuesioner online dibagikan kepada konsumen lama yang pernah datang atau berkali-kali menggunakan jasa bengkel.

3.1.3 Sampling

Hasil dari pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner diperoleh sebanyak 66 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan karakteristik responden dibagi menjadi sebagai berikut : jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan intensitas kehadiran. Beberapa katrakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1, 2, 3, dan 4 yang secara berurutan meliputi jenis kelamin, jenis pekerjaan, intensitas kehadiran, dan usia.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	57	86%
2	Perempuan	9	14%
	Jumlah	66	100%

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa sebanyak 86% responden atau 57 dari 66 responden adalah laki - laki. Responden perempuan sebanyak 14% atau 9 dari 66 responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	1	2%
2	PNS	22	32%
3	Swasta	17	26%
4	Pelajar/Mahasiswa	17	26%
5	Wiraswasta	9	14%
	Jumlah	66	100%

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh PNS sebanyak 22 orang atau 32%, Mahasiswa sebanyak 17 orang atau 26%, berprofesi swasta sebanyak 17 orang atau 26%, berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 9 orang atau 14% dan Ibu rumah tangga sebanyak 1 orang atau 2%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Rasio Kedatangan

No.	Rasio Kedatangan	Jumlah Responden	Persentase
1	Baru pertama kali	25	38%
2	2-5 kali	28	42%
3	Lebih dari 5 kali	13	20%
	Jumlah	66	100%

Pada tabel 3 menunjukkan persentase rasio kedatangan responden yaitu sebanyak 42% atau 28 responden datang sebanyak 2 – 5 kali ke bengkel, sebanyak 38% atau 25 responden baru pertama kali menggunakan jasa bengkel dan sebanyak 20% atau 13 responden sudah menggunakan jasa bengkel lebih dari 5 kali.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
1.	< 30 Tahun	35	53 %
2.	30 – 40 Tahun	9	14 %
3.	> 40	22	33 %
	Jumlah	66	100 %

Pada tabel 4 menunjukkan persentase usia responden yaitu sebanyak 53% atau 35 responden berusia kurang dari 30 tahun, sebanyak 33% atau 22 responden berusia lebih dari

40 tahun, dan sebanyak 14% atau 9 orang responden berusia antara 30 – 40 tahun.

3.2 Pengolahan Data

3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS 23 dengan konsep korelasi produk momen yang mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total. Pengujian dilakukan menggunakan teknik uji Pearson dengan taraf kepercayaan 90% dengan tingkat ketelitian sebesar 0,1. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

No Item	R Hitung		R table (n-2)	Keterangan
	Presepsi	Ekspektasi		
1	0,4269	0,3209	0,2042	Valid
2	0,5886	0,4378	0,2042	Valid
3	0,5634	0,5448	0,2042	Valid
4	0,3277	0,3224	0,2042	Valid
5	0,3890	0,4242	0,2042	Valid
6	0,5549	0,4276	0,2042	Valid
7	0,6760	0,4697	0,2042	Valid
8	0,3499	0,3056	0,2042	Valid
9	0,5148	0,6371	0,2042	Valid
10	0,5887	0,4663	0,2042	Valid
11	0,5533	0,3745	0,2042	Valid
12	0,5003	0,4093	0,2042	Valid
13	0,5092	0,4108	0,2042	Valid
14	0,4148	0,4128	0,2042	Valid
15	0,5608	0,5008	0,2042	Valid
16	0,6152	0,4742	0,2042	Valid
17	0,5426	0,5274	0,2042	Valid
18	0,4905	0,5541	0,2042	Valid
19	0,4392	0,3208	0,2042	Valid
20	0,3633	0,3383	0,2042	Valid
21	0,5558	0,3128	0,2042	Valid
22	0,3127	0,5772	0,2042	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner didapatkan bahwa nilai r hitung pada bagian persepsi dan ekspektasi nilainya lebih dari r tabel sebesar 0,2042. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah Cronbach Alpha.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas Persepsi		Reliabilitas Ekspektasi	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
0,857	22	0,796	22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan skor untuk persepsi 0,857 dan skor untuk ekspektasi 0,796. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliabel, karena skoryang dihasilkan lebih dari 0,6 yaitu batasan minimal dan data dapat dilanjutkan untuk pengolahan data.

3.2.3 Pengolahan Service Quality

Pengolahan SERVQUAL merupakan hasil perhitungan gap atau kesenjangan antara nilai persepsi dan ekspektasi terhadap kualitas pelayanan pada Bengkel Ahas Galuh Motor 1215 Malangjiwan. Berikut merupakan hasil perhitungan nilai gap kualitas pelayanan pada tabel 7.

Tabel 7. Nilai Gap Kualitas Pelayanan Setiap Atribut

Dimensi SERVQUAL	No.	Pernyataan	Presepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
Tangible	1	Ruang tunggu yang nyaman dan bersih untuk <i>customer</i>	4,02	4,36	-0,34
	2	Ahas 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral	3,03	4,50	-1,47
	3	Pihak Ahas menerapkan protocol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan	2,92	4,50	-1,58
	4	Tempat parkir yang luas	3,62	4,11	-0,49
	5	Toilet yang bersih dan wangi	4,38	4,30	0,08
Reliability	6	Penampilan petugas bengkel rapi dan bersih	3,91	4,23	-0,32
	7	<i>Service</i> yang telah dilakukan dijabarkan dengan detail dan jelas	3,60	4,12	-0,52
	8	Teknisi mampu memperbaiki kerusakan dengan tepat	4,33	4,30	0,03
	9	Teknisi cepat dalam melakukan <i>service</i>	3,76	4,33	-0,57
	10	Menjabarkan dengan baik dan jelas tentang kerusakan motor	4,15	4,36	-0,21
Responsiveness	11	Pihak bengkel memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan diawal <i>service</i>	4,05	4,39	-0,34
	12	Penanganan petugas atas <i>complain</i> dilakukan dengan sabar dan tanggap	4,14	4,23	-0,09
	13	Petugas cekatan dan tanggap dalam memeriksa kerusakan sebelum dilakukan <i>service</i>	4,06	4,42	-0,36
	14	Proses penerimaan kendaraan ke petugas tidak lama	4,23	4,55	-0,32
Assurance	15	Petugas tanggap dalam mengetahui keluhan pelanggan	4,29	4,26	0,03
	16	Tanggung jawab terhadap hasil <i>service</i> sangantinggi	3,83	4,39	-0,56
	17	Memberikan garansi atas pelayanan yang diberikan	4,27	4,21	0,06
	18	Pihak Ahas menjamin keamanan barang bawaan anda (Tempat penitipan baik)	3,76	4,00	-0,24
Empathy	19	Pihak Ahas lengkap menyediakan sparepart motor	4,36	4,20	0,16
	20	Teknisi bersertifikat standart perusahaan	4,45	4,18	0,27
	21	Memberikan pelayanan yang ramah dan menyenangkan	4,23	4,05	0,18
	22	Pihak Ahas menyediakan isi angin gratis	4,58	4,35	0,23
Total Skor			87,97	94,34	-6,37

Berdasarkan analisis *service quality* didapatkan nilai gap yang telah dihitung dari 22 pernyataan terdapat 8 item pernyataan yang bernilai positif yaitu Pihak ahass menyediakan isi angin gratis, Petugas tanggap dalam mengetahui keluhan pelanggan, Tehnisi bersertifikat standart perusahaan, memberikan pelayanan yang ramah dan menyenangkan, Toilet yang bersih dan wangi, Tehnisi mampu memperbaiki kerusakan dengan tepat, Memberikan garansi atas layanan yang diberikan, Pihak Ahass lengkap menyediakan sparepart motor, dan Pihak Ahass memberikan isi angin gratis, sementara itu 14 item pernyataan lainnya bernilai negatif. Nilai gap atau kesenjangan terbesar terdapat pada item nomor 3 yaitu pihak ahass menerapkan protokol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan.

Skor total perhitungan gap diperoleh sebesar -6,37. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode *service quality* secara keseluruhan pihak bengkel belum mampu memberikan pelayanan yang sesuai harapan *customer*, berdasarkan perhitungan yang dilakukan sehingga langkah yang harus ditempuh adalah mengetahui faktor yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan sesegera mungkin.

Tabel 8. Nilai Gap Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

Dimensi	Persepsi	Ekspetasi	Nilai Gap	Keterangan
Tangible	3,59	4,35	-0,76	Kurang puas
Reliability	3,95	4,27	-0,32	Kurang puas
Responsiveness	4,12	4,40	-0,28	Kurang puas
Assurance	4,10	4,21	-0,11	Kurang puas
Empathy	4,42	4,19	0,23	Puas

Dari tabel 8 mengindikasikan bahwa secara keseluruhan responden belum merasakan puas atas pelayanan yang diberikan. Pada perhitungan nilai gap kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi diketahui hanya dimensi *empathy* yang bernilai positif yang artinya *customer* sudah merasa puas pada dimensi ini, sedangkan pada 4 dimensi lainnya yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* nilai gap yang dihasilkan adalah negatif yang artinya para pelanggan atau pengguna jasa bengkel belum merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel 9. Nilai Gap Dimensi *Tangible*

Dimensi <i>Tangible</i>				
No	Pernyataan	Persepsi	Ekspetasi	Nilai Gap
1	Ruang Tunggu yang nyaman dan bersih	4,02	4,36	-0,34
2	Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral	3,03	4,50	-1,47

Dimensi Tangible				
No.	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
3	Pihak Ahhas menerapkan protokol COVID 19 dengan baik sesuai peraturan	2,92	4,50	-1,58
4	Tempat parkir yang luas	3,62	4,11	-0,49
5	Toilet yang bersih dan wangi	4,38	4,30	0,08

Dimensi *tangible* yang ditunjukkan pada tabel 9 merupakan dimensi yang berkaitan dengan bukti fisik atau fasilitas yang disediakan, pada perhitungan yang telah dilakukan didapatkan nilai pernyataan pada dimensi *tangible* masih bernilai negatif atau dapat dikatakan pihak penyedia layanan belum dapat memuaskan harapan daripada pelanggan yang datang. Pada dimensi *tangible* hanya ada satu pernyataan yang sudah bernilai positif yaitu penampilan petugas bengkel rapi dan bersih.

Tabel 10. Nilai Gap Dimensi *Reliability*

Dimensi Reliability				
No.	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
1	Penampilan petugas bengkel rapi dan bersih	3,91	4,23	-0,32
2	Servis yang telah dilakukan dijabarkan dengan detail dan jelas	3,60	4,12	-0,52
3	Teknisi cepat dalam memperbaiki kerusakan dengan tepat	4,33	4,30	0,03
4	Teknisi cepat dalam melakukan servis	3,76	4,33	-0,57
5	Menjabarkan dengan baik dan jelas tentang kerusakan motor	4,15	4,36	-0,21

Dimensi *reliability* yang ditunjukkan pada tabel 10 ini didasarkan pada kemampuan pihak penyedia layanan untuk melakukan kegiatan jasa dengan baik, akurat serta terpercaya (Parasuraman., 1988). Dari perhitungan yang telah dilakukan secara keseluruhan pada dimensi *reliability* masih bernilai negatif yang artinya harapan *customer* belum sepenuhnya terpenuhi. Terdapat satu pernyataan yang bernilai positif yaitu Teknisi cepat dalam memperbaiki kerusakan mesin.

Tabel 11. Nilai Gap Dimensi *Responsiveness*

Dimensi Responsiveness				
No.	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
1	Pihak bengkel memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan	4,05	4,39	-0,34
2	Penanganan petugas atas <i>complain</i> dilakukan dengan sabar dan tanggap	4,14	4,23	-0,09
3	Petugas cekatan dan tanggap dalam memeriksa kerusakan sebelum dilakukan servis	4,06	4,42	-0,36
4	Proses penerimaan kendaraan ke petugas tidak lama	4,23	4,55	-0,32

Dimensi *responsiveness* yang ditunjukkan pada tabel 11 merupakan sikap pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap dalam menghadapi pelanggan. Pada dimensi ini seluruh

pernyataan masih bernilai negatif yang artinya masih terdapat ruang bagi penyedia jasa untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan pada atribut dimensi *responsiveness*.

Tabel 12. Nilai Gap Dimensi *Assurance*

Dimensi Assurance				
No.	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
1	Petugas tanggap dalam mengetahui keluhan pelanggan	4,29	4,26	0,03
2	Tanggung jawab terhadap hasil service sangat tinggi	3,83	4,39	-0,56
3	Memberikan garansi atas layanan yang diberikan	4,27	4,21	0,06
4	Pihak ahasas menjamin barang bawaan	3,76	4,00	-0,24
5	Pihak ahasas lengkap menyediakan sparepart motor	4,36	4,20	0,16

Dimensi *assurance* ditunjukkan pada tabel 12 merupakan dimensi yang berupa kemampuan pihak penyedia jasa memberikan keyakinan pengetahuan, kemampuan, kesopanan untuk memberikan rasa aman serta jaminan terhadap pelanggan (Hasni., Gunawan., 2016). Pada dimensi *assurance* terdapat 5 atribut yang ditujukan untuk konsumen. Tiga atribut sudah bernilai positif dan dua atribut diantaranya masih bernilai negatif. Nilai gap tertinggi ditunjukkan pada atribut tanggung jawab terhadap hasil *service* sangat tinggi.

Tabel 13. Nilai Gap Dimensi *Empathy*

Dimensi Empathy				
No.	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Nilai Gap
1	Teknisi bersertifikat standart	4,45	4,18	0,27
2	Memberikan pelayanan yang ramah dan menyenangkan	4,23	4,05	0,18
3	Pihak ahasas menyediakan isi angina gratis	4,58	4,35	0,23

Dimensi *empathy* yang ditunjukkan pada tabel 13 pada dimensi ini didasarkan pada komunikasi yang baik, memahami kebutuhan konsumen, menyampaikan dengan santun dan sopan serta mampu menarik simpati atau perasaan dari konsumen sehingga timbul perasaan senang dari pihak *customer*. Diketahui melalui perhitungan yang telah dilakukan tiga atribut bernilai positif yang artinya sudah sesuai dengan harapan konsumen.

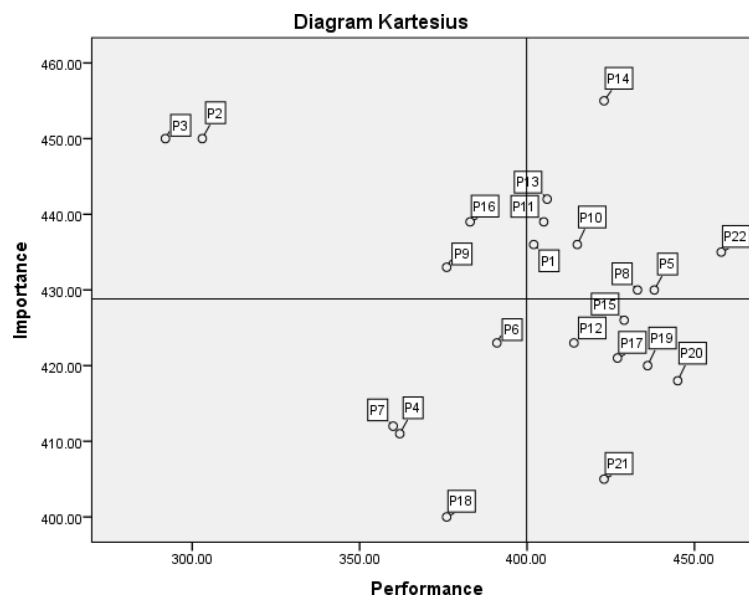
3.2.4 Pengolahan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode IPA merupakan metode yang digunakan untuk menemukan pernyataan atau dimensi mana yang menjadi kebutuhan saat ini atau harus segera dilakukan perbaikan oleh pihak penyedia jasa, dengan menggunakan diagram kartesius yang didalamnya terdapat 2 titik koordinat yaitu kepuasan dan kepentingan. Pertemuan antara dua titik koordinat tersebut akan menempatkan atribut atau pernyataan pada pada kuadran – kuadran tertentu. Berikut ini merupakan nilai rata-rata *performance-importance* yang dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Nilai Rata – Rata Importance Dan Performance

Pertanyaan	Importance/Harapan	Performance/Kinerja	Gap
P1	4,36	4,02	-0,34
P2	4,50	3,03	-1,47
P3	4,50	2,92	-1,58
P4	4,11	3,62	-0,49
P5	4,30	4,38	0,08
P6	4,23	3,91	-0,32
P7	4,12	3,60	-0,52
P8	4,30	4,33	0,03
P9	4,33	3,76	-0,57
P10	4,36	4,15	-0,21
P11	4,39	4,05	-0,34
P12	4,23	4,14	-0,09
P13	4,42	4,06	-0,36
P14	4,55	4,23	-0,32
P15	4,26	4,29	0,03
P16	4,39	3,83	-0,56
P17	4,21	4,27	0,06
P18	4,00	3,76	-0,24
P19	4,20	4,36	0,16
P20	4,18	4,45	0,27
P21	4,05	4,23	0,18
P22	4,35	4,58	0,23

Berdasarkan perhitungan yang telah didapat pada tabel 14 selanjutnya dilakukan pemetaan atau penempatan poin pertanyaan berdasarkan nilai - nilai pada importance dan performance menggunakan aplikasi SPSS sehingga dapat menemukan titik koordinat yang merupakan daerah dari diagram prioritas mana pernyataan yang menjadi harapan daripada *customer* untuk segera dilakukan perbaikan. Berikut merupakan hasil pemetaan diagram kartesius IPA terdapat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar 2 diketahui pada kuadran I terdapat 4 item atribut yang menjadi prioritas utama, kuadran II sebanyak 8 item atribut, kuadran III sebanyak 4 item atribut, dan selanjutnya pada kuadran IV terdapat 6 item atribut. Pada tabel 15 dan seterusnya akan dijelaskan dengan lebih terperinci.

Tabel 15. Hasil Kartesius Kualitas Pelayanan Tiap Item

Kuadran	Item Pernyataan	Kategori	Jumlah Item
I	2, 3, 9, 16	Prioritas Utama	4
II	1, 8, 10, 11, 13, 14, 22	Pertahankan kinerja	8
III	4, 6, 7, 18	Prioritas rendah	4
IV	5, 12, 15, 17, 19, 20, 21	Berlebihan	6

Dari hasil pemetaan yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilakukan pembahasan berkaitan dengan tiap – tiap kuadran yang dihasilkan sebagai berikut:

a. Kuadran I

Pada kuadran I terdapat 4 item pernyataan yang pertama adalah item nomor 2 dengan pernyataan “Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral”, selanjutnya item no 3 yaitu “Pihak Ahass menerapkan protokol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan”, pada no 9 dengan pernyataan “Tehnisi cepat dalam melakukan servis”, dan yang terakhir pada no 16 dengan pernyataan “Tanggung jawab terhadap hasil service sangat tinggi”.

Pada kuadran I merupakan kuadran yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan oleh pihak penyedia jasa dikarenakan harapan yang tinggi dari pelanggan serta kinerja perusahaan yang masih dibawah standar keinginan para *customer*. Upaya perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan pada item terkait “Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral” adalah dengan memperbaiki dan menambah fasilitas penunjang di ruang tunggu seperti memperhatikan kelengkapan air mineral yang disediakan, memperbaiki atau menambah kipas angin, dan memperbaiki TV yang sudah tersedia.

Sedangkan pada item “Pihak Ahass menerapkan protokol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan” sebaiknya pihak ahass menerapkan kembali peraturan jarak pada ruang tunggu serta kelengkapan lainnya sesuai dengan peraturan sah yang telah dikeluarkan oleh pemerintah dengan demikian dapat menimbulkan rasa aman untuk para pelanggan

berikutnya pada pernyataan “Tehnisi cepat dalam melakukan servis” perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi kegiatan atau pergerakan yang memakan waktu lama atau pergerakan yang sia – sia pada saat servis dilakukan. Pada atribut yang terakhir yaitu “Tanggung jawab hasil *service* sangat tinggi” ada baiknya tehniisi meyakinkan kembali kepada *customer* tentang motor yang telah diperbaiki atau *service* dengan memberikan *treatment* atau perlakuan seperti memberikan nomor telepon apabila masih ditemukan kekurangan atau ketidaknyamanan pada motor yang telah dilakukan *service*.

b. Kuadran II

Kuadran II merupakan daerah kuadran yang harus dipertahankan atau pada kuadran ini kinerja dari perusahaan dan harapan dari pelanggan sama - sama bernilai tinggi, ada baiknya item yang terdapat dalam kuadran ini terus ditingkatkan secara berkelanjutan sehingga performa pelayanan dapat terus stabil serta tidak mengalami penurunan. Atribut item yang masuk kedalam kuadran II yaitu nomor 1, 8, 10, 11, 13, 14, 22. Berikut merupakan atribut pernyataan yang terdapat pada kuadran II:

- Item 1: Ruang tunggu yang nyaman dan bersih untuk customer
- Item 5: Toilet yang bersih dan wangi
- Item 8: Tehnisi mampu memperbaiki kerusakan dengan tepat
- Item 10: Menjabarkan dengan baik dan jelas tentang kerusakan motor
- Item 11: Pihak bengkel memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan diawal *service*
- Item 13: Petugas cekatan dan tanggap dalam memeriksa kerusakan sebelum dilakukan *service*
- Item 14: Proses penerimaan kendaraan ke petugas tidak lama
- Item 22: Pihak Ahass menyediakan isi angin gratis

Adapun pernyataan atau atribut yang masih bernilai *negative* sebaiknya dapat menjadikan tolak ukur untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang telah dilakukan seperti halnya atribut no 10 yang dimana pihak bengkel harus melakukan perbaikan dengan memaparkan kerusakan motor dengan jelas kepada *customer*.

c. Kuadran III

Item atribut yang terdapat pada kuadran III merupakan item yang kurang diperlukan untuk menunjang pelayanan terhadap pelanggan karena pada kuadran ini nilai persepsi

dan harapan sama-sama memiliki nilai yang rendah artinya pihak *customer* tidak menuntut banyak. Berikut merupakan item yang terdapat pada kuadran III:

- Item 4: Tempat parkir yang luas
- Item 6: Penampilan petugas bengkel rapi dan bersih
- Item 7: Service yang telah dilakukan dijabarkan dengan detail dan jelas
- Item 18: Pihak Ahass menjamin keamanan barang bawaan anda
(Tempat penitipan baik)

d. Kuadran IV

Kuadran IV merupakan kuadran yang menjelaskan bahwa nilai persepsi lebih besar daripada nilai harapan atau bisa dikatakan pada diagram ini perlakuan pihak perusahaan berlebihan dikarenakan pelanggan merasa hal yang dilakukan tidak begitu dibutuhkan. Berikut merupakan atribut yang terdapat pada kuadran IV:

- Item 12: Penanganan petugas atas *complain* dilakukan dengan sabar dan tanggap
- Item 15: Petugas tanggap dalam mengetahui keluhan pelanggan
- Item 17: Memberikan garansi atas pelayanan yang diberikan
- Item 19: Pihak Ahass lengkap menyediakan *sparepart* motor
- Item 20: Teknisi bersertifikat standar
- Item 21: Memberikan pelayanan yang ramah dan menyenangkan

Pada kuadran IV merupakan item yang nilai persepsinya lebih tinggi daripada nilai harapan hal perlu dilakukan adalah apabila pada item ini untuk melakukan pelayanan tersebut membutuhkan biaya dan waktu yang besar lebih baik dialokasikan ke pelayanan yang memang menjadi harapan dari pelanggan atau yang menjadi prioritas keinginan.

3.2.5 Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan didasarkan pada atribut yang berada dalam kuadran I. Kuadran ini menjadi prioritas utama atau prioritas yang harus segera dilakukan perbaikan dengan cara meningkatkan pelayanan dan memperbaiki fasilitas apabila terjadi kekurangan pada dimensi *tangible* atau bukti fisik. Hasil pemetaan diagram kartesius terdapat 4 atribut yang terdapat pada kuadran 1, yaitu atribut nomor 2 yaitu “Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral”, atribut nomor 3 dengan pernyataan “Pihak Ahass menerapkan protokol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan”, atribut

no 9 “Tehniisi cepat dalam melakukan servis”, dan atribut no 16 “Tanggung jawab hasil *service* sangat tinggi”. Setelah itu diperlukan usulan perbaikan untuk meningkatkan kembali kinerja dari Bengkel sehingga mampu meningkatkan kepuasan *customer*. Berikut merupakan beberapa hal yang dapat diusulkan kepada pihak bengkel Ahass 1215 Galuh Motor diantaranya :

a. Menambah fasilitas pendukung

Sebagai bentuk perbaikan untuk meningkatkan serta memberikan kenyamanan terhadap *customer* alangkah lebih baik pihak ahass memberikan fasilitas tambahan berupa air mineral yang disediakan secara gratis di ruang tunggu *customer* serta menambahkan satu buah kipas angin diatas langit – langit dengan harapan mampu menurunkan suhu ruangan sehingga memberikan kenyamanan bagi para pelanggan yang sedang menunggu.

b. Melakukan pengecekan berkala terhadap fasilitas

Tujuan daripada dilakukannya pengecekan berkala adalah untuk menjaga fasilitas – fasilitas pendukung yang ada agar tetap dalam kondisi baik atau siap untuk digunakan sehingga ketika pelanggan ingin menggunakan fasilitas tidak mengalami kendala serta dalam keadaan tersedia. Langkah yang sebaiknya ditempuh adalah membuat jadwal untuk melakukan pengecekan beberapa fasilitas yang membutuhkan perhatian lebih.

c. Mengatur jarak antar tempat duduk di ruang tunggu

Memberikan jarak atau tanda x pada tempat duduk dengan ukuran jarak sesuai yang telah pemerintah tentukan dalam peraturan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia dalam pedoman pengendalian dan pencegahan COVID 19 dengan batasan jarak kurang lebih minimal 1 meter. Atau dengan menyediakan tambahan kursi apabila pelanggan yang datang lebih banyak dari tempat duduk yang disediakan sehingga jarak antar pelanggan tetap sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

d. Menyediakan tempat cuci tangan dan masker sesuai standart

Menambah fasilitas tempat cuci tangan di ruang tunggu untuk *customer* atau meletakkan *handzsanitizer* pada ruang tunggu dan pada kasir tempat terjadinya kontak langsung seperti transaksi pembayaran.

Selanjutnya pihak ahass menyediakan masker yang sesuai dengan standar pemerintah yang bertujuan untuk mengantisipasi apabila masih ada *customer* yang menggunakan masker scuba atau kain buff dapat diganti dengan masker yang baik sesuai dengan standar peraturan pemerintah dalam menanggulangi COVID 19.

e. Menetapkan waktu standart *service*

Perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan mengukur waktu standart pada saat melakukan *service* sehingga standarisasi waktu tersebut dapat dijadikan tolak ukur atau estimasi untuk lamanya proses *service*. Sehingga pihak bengkel dapat memberikan informasi kepada *customer* mengenai estimasi lamanya proses *service*.

f. Mengurangi aktivitas yang tidak efisien

Meskipun mekanik memiliki kemampuan mumpuni dan diatas standart dalam hal perbaikan kendaraan, sikap professional dalam bekerja sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan. Perbaikan yang sebaiknya dilakukan adalah mengurangi aktivitas yang dapat menghambat proses perbaikan seperti bersendau gurau, proses mencari alat yang terselip sehingga memakan waktu.

g. Meyakinkan *customer* atas hasil *service* yang diberikan

Keinginan daripada *customer* adalah kualitas dari *service* yang diberikan, demi memenuhi keinginan dan memberikan keyakinan terhadap *customer* sebaiknya pihak bengkel dapat menjelaskan dengan baik dan detail atas *service* yang telah diberikan serta meyakinkan *customer* dengan beberapa perlakuan seperti memberikan jaminan pada *service* yang dilakukan, memberikan *call center* bengkel sebagai bentuk tanggung jawab apabila masih ditemukan ketidaknyamanan pada kendaraan yang telah di *service*, dengan demikian dapat menarik *emphaty* pelanggan sehingga pelanggan merasa pihak bengkel benar – benar bertanggung jawab atas hasil *service* atau perbaikan yang telah diberikan.

Adapun langkah yang terbaik untuk dilakukan adalah segera melakukan perbaikan namun harus melihat kondisi atau kemampuan finansial dari perusahaan, untuk itu dapat dilakukan pemilihan secara prioritas berdasarkan nilai gap yang tertinggi yaitu perbaikan fasilitas dan penerapan peraturan COVID 19. Sehingga pihak perusahaan dapat menghemat biaya untuk perbaikan serta dapat memperbaiki pelayanan utama berdasarkan keinginan terbesar dari *customer*.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

- a. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode service quality didapatkan dimensi *tangible* (bukti fisik) bernilai gap -0,76, dimensi *reliability* (keandalan) bernilai gap -0,32, dimensi *responsiveness* (daya tanggap) bernilai gap -0,28, dimensi *assurance* (jaminan) bernilai gap -0,11, dan dimensi *empathy* (empati) bernilai gap 0,23. Dari

hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan empat dimensi masih bernilai negatif yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* yang dinilai masih kurang dari harapan konsumen sedangkan satu dimensi yaitu *empathy* bernilai positif yang artinya pelayanan yang diberikan sudah melebihi harapan daripada konsumen.

- b. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan metode IPA, dapat diketahui terdapat empat buah atribut yang masuk dalam kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan, atribut itu yaitu “Ahass 1215 Galuh Motor menyediakan fasilitas TV, Kipas angin, Air Mineral”, dan “Pihak Ahass menerapkan protokol COVID 19 dengan baik dan sesuai peraturan”, “Tehniisi cepat dalam melakukan servis”, “Tanggung jawab terhadap hasil service sangat tinggi”.
- c. Berdasarkan pengamatan lapangan dan perhitungan yang telah dilakukan dapat diusulkan beberapa perbaikan yaitu dengan menambah fasilitas pendukung agar pelanggan yang menunggu dapat merasa nyaman dengan fasilitas yang lengkap, melakukan pengecekan berkala terhadap fasilitas, mengatur jarak antar tempat duduk di ruang tunggu minimal jarak kurang lebih 1 meter, menyediakan tempat cuci tangan atau menambah *hand sanitizer*, dan mewajibkan pemakaian masker yang sesuai dengan standart. Usulan perbaikan yang telah dilakukan dapat bertahan pada jangka waktu 2 bulan berdasarkan pembahasan dan saran dari staff bengkel.

4.2 Saran

- a. Perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi – dimensi lainnya yang masih bernilai *negative* dengan tujuan untuk memaksimalkan pelayanan yang diberikan.
- b. Menjadikan hasil perhitungan pada dimensi – dimensi *service quality* sebagai tolak ukur serta evaluasi perbaikan untuk melakukan pelayanan terhadap *customer*.
- c. Penelitian selanjutnya, dapat menambah metode lain seperti *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan tujuan untuk mengetahui lebih terperinci atau detail dari perbaikan yang harus dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Wibisono, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan (Studi Kasus Di Ahass Astra Honda Motor Kedungsari Kota Magelang). *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 92–100.
- Anita Mustikasari. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap

- Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasusfood Court Uny). *Jurnal DINAMIKA TEKNIK*, XIII(1), 24–32.
- Dewanti, G. K., & Hermanto, H. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Bengkel Motor “Abc” Menggunakan Konsep Servis Quality Dan Importance-Performance Analysis. *Journal Industrial Manufacturing*, 2(2), 124–131.
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Servqual dan Importance Performance Analysis di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 01(01), 67–75.
- Kurniasari, A., & Hadi, C. (2012). Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 1(02), 71–77.
- Maiti, & Bidinger. (1981). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pelayanan, K., Api, K., Persero, I., Kereta, P., Lintas, L., & Tahun, B. (2017). *Metode Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (QFD)* sebagai Usulan Perbaikan. 8(1), 11–16.
- Pradeep, S., Vadakepat, V., & Rajasenana, D. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms. *Management Science Letters*, 10(9), 2011–2020..2020.2.011
- Putranto, R. R., Utami, S., & Nurbambang, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jasa Servis Ahass Rizky Motor Prambon Nganjuk). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2, 182–197.
- San, W. H., Von, W. Y., & Qureshi, M. I. (2018). Journal of Marketing and IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN MALAYSIA.
- Putri Utari., (2017), Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Terhadap Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.
- Suhendra, A., & Prasetyanto, D. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 59–70. <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekaracana/issue/view/164>
- Syaputra, A., Universitas, A., Darma, B., Universitas, D., & Darma, B. (n.d.). *Bina Darma Conference on Engineering Science* Menganalisis Layanan Bengkel Motor Bina Darma *Conference on Engineering Science* bagaimanakah kualiatas layanan bengkel AHASS Udin Motor Gelumbang menggunakan metode importance performance analysis.
- Tahendrika, A. (2015). Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki Pada Bengkel Pt Sinar Galesong Pratama Makassar. *Jurnal Ekonomi*, 1(3), 85–99.
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality , E-Trust , Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka ’ s Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3).

- Wildan Sulaksana, (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Bengkel Global Motor Center Yogyakarta. 4, 9–15.
- Aditya Putra. (2018), Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pasa Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance Performance Analysis*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Erdha Ervinna (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melakukan Service Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass Tanjungtani Prambon Nganjuk. Vol. 01 N0.10 Tahun 2017.
- Kuntari, B., D., Srikandi, dan Kadarisman (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 36 No 1 Juli 2016. 196.
- Michelle, H., Lucy, S., Jesiisca, P., dan Agnes Y., (2017), Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Service Quality, Jurnal Metris 18 (2017) 65-74
- Charly, H., Metta P., Gladys, G., G., dan Devi, V., (2020) The Influence Of E- Service Quality And Towards Repurchase Intention On Online Shop In Surabaya The Mediating Role Of Customer Loyalty, *Development Of Research Managemenent* :Jurnal Manajemen Vol. 15 No. 2, September 2020.
- Rumyati., Afriapollu, S., (2021), *The Influence of Service Quality, Marketing Mix, on Bank Customer Satisfaction in the Era Covid-19*, Vol 2, 1 Januari, Mercu Buana Universitas, Jakarta.
- Dedi S., & Burcu Gurbus., (2018), Implementation of Technology Acceptance Model (TAM) and Importance Performance Analysis (IPA) in Testing the Ease and Usability of E-wallet Applications, *Department of Informatics and Technology*, Bina Sarana Informatika University, Jakarta, Indonesia, Institute of Mathematics, Johannes Gutenberg-University Mainz, Germany.
- Ibrahim I., Nizwan Z., dan Rendy., (2020) Importance Performance Analysis (IPA) Visitors' Satisfaction of Ecotourism in Bangka Belitung, Indonesia: Tracking the Messages to Stakeholders, *Department of Political Science*, Universitas Bangka Belitung, Gg. IV No.1, Balun Ijuk, Balunijuk 33172, Bangka, Indonesia.
- Satria Mulia., & Afripoll S., (2021), The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction, *Mercu Buana University*, Jakarta, Indonesia, Volume 2, 1 January 2021.
- Widya Sastika., (2017), Analisa Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Layanan *E-Service Quality* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee, D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom, Bandung.
- Branda Ontoh., Bambang., dan Jhon., (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado 1(1):1 – 15.
- Siti Fatonah., Kusri., dan Asro., (2018), Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Menggunakan Metode *Zone Of Tolerance*. MTI Universitas Amikom Yogyakarta, Jurnal Informasi Interaktif Vol. 3 No. 3 September 2018.